

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini bisnis di bidang kuliner sedang banyak digemari oleh masyarakat. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti, di Rembang yang merupakan tempat tinggal peneliti, banyak tempat makan baru seperti *café*, warung makan, dan rumah makan. Hal ini tentu saja akan menimbulkan terjadi persaingan bisnis, tetapi pesaing utama yang dihadapi Depot A-Win yaitu tempat makan yang memiliki menu sejenis dengan menu Depot A-Win yaitu *chinese food*.

Persaingan antar pebisnis kuliner kian ketat baik dari segi promosi, harga, rasa, varian menu, dan desain tata letak rumah makan atau cafe. Maka itu sebagai pebisnis harus mampu terus berinovasi dan melakukan berbagai strategi bisnis yang kreatif agar suatu usaha dapat terus berkembang. Menurut Paylosa, 2014 dalam Wardani (2017) strategi bisnis merupakan pertimbangan aspek strategik dalam perusahaan untuk menciptakan perencanaan terintegrasi. Misalkan saja pemilik Depot A-Win ingin mengembangkan strategi bisnis di bidang promosinya, maka dengan memanfaatkan media sosial dan memberi promo-promo kekinian seperti memberikan diskon 10% untuk pelanggan yang mau mengupload foto saat mereka sedang makan di Depot A-Win kemudian membagikan foto tersebut dan menandai Depot A-Win di instagram atau facebook. Hal ini akan membuat lebih banyak pelanggan yang tau tentang Depot A-Win dan mungkin juga dapat menarik mereka untuk dan berkunjung di Depot A-Win.

Depot A-Win merupakan sebuah depot *chinese food* yang memiliki lokasi yang strategis yaitu di Jl. Dr. Soetomo no 1c Rembang, tepatnya di

perempatan Zaeni Rembang yang merupakan pusat Kota Rembang. Depot A-Win memiliki berbagai varian menu *chinese food* seperti fu yung hai, cap jay, koloke, nasi goreng hongkong, dan lain-lain. Harga makanan di Depot A-Win berkisar Rp 12.000,00 hingga Rp 40.000,00. Para konsumen juga dapat memantau *update* Depot A-Win melalui media sosial seperti *instagram* dan *facebook*, dengan nama facebook Awin Rembang dan nama *instagram* awin\_rembang. Depot A-Win juga tersedia di grab untuk memudahkan para pelanggan dalam memesan makanan apabila sedang malas atau berhalangan keluar rumah. Serta untuk pembelian dalam kota dapat mengontak nomor whatsapp Depot A-Win, maka pesanan akan diantar ke rumah pembeli dengan biaya ongkir.

Karena adanya pandemi COVID-19 ini Depot A-Win mengalami penurunan jumlah pelanggan, apalagi di Rembang sendiri jumlah angka positif covid semakin hari semakin meningkat serta penyelenggaraan PPKM di kota Rembang yang menyebabkan banyak warga Rembang yang tidak keluar rumah atau melakukan karantina mandiri di rumah masing-masing. Rata-rata jumlah pembeli dalam sehari di bulan agustus hingga desember 2020 yaitu 15 hingga 25 orang, namun pada bulan januari hingga sekarang rata-rata pengunjung per hari hanya sekitar 5 hingga 10 orang. Dan juga banyak dari pengunjung Depot A-Win yang memilih untuk membungkus makanannya daripada makan di tempat. Karena itu Depot A-Win memerlukan strategi bisnis baru untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang. Peneliti akan menentukan strategi tersebut melalui analisis SWOT.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas terdapat masalah utama yang dihadapi Depot A-Win yaitu penurunan jumlah pelanggan dan omset Depot A-Win karena adanya pandemi COVID-19 dan persaingan yang semakin ketat. Untuk itu peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

Apa strategi yang sesuai untuk pengembangan bisnis Depot A-Win, berdasarkan analisis SWOT?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah untuk mendapat alternatif strategi bisnis yang tepat untuk mengembangkan usaha Depot A-Win.

## 1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Depot A-Win, untuk memperoleh alternatif strategi bisnis yang tepat untuk mengembangkan usaha Depot A-Win.
- b. Bagi akademisi, sebagai sumber referensi dalam menganalisa pengembangan usaha kuliner melalui metode analisis IFE, EFE, IE, dan SWOT.